

В.Г. Остапчук, М.Д. Шакура, 3 курс

Научный руководитель – Т.В. Ильючик, ст. преподаватель

Полесский государственный университет

Начало 90-х годов XX века ознаменовалось появлением новых заведений общественного питания, которые возникли часто путем простого перепрофилирования бывших закусовых и пельменных в рестораны, что практически не отражалось на качестве и уровне обслуживания. В современном ресторанном бизнесе происходят сложные процессы структуризации, появляются специалисты, работающие в отдельных сегментах этого бизнеса, т.е. поставщики оборудования, продуктов питания, напитков, дизайнеры и т.п. Важную роль в индустрии питания сегодня играют кейтеринг-услуги.

Кейтеринг (от англ. catering – «снабжение провизией») – выездное ресторанное обслуживание в любом помещении по выбору клиента. Особенность такого обслуживания в том, что не человек идет в ресторан, а ресторан приходит к человеку.

Главное, что привлекает внимание операторов ресторанного рынка в такой услуге, как кейтеринг, – это возможность ее заказа на определенное и довольно большое количество гостей, а следовательно, возможность получения высокой прибыли.

В настоящее время понятие «кейтеринг» знакомо только для узкого круга специалистов, хотя к нему обращаются как частные, так и юридические лица. Чаще всего в нашей стране это понятие заменяется доставкой обеда по заказу (доставка пиццы и т.д.).

В Беларуси спрос на кейтеринг возрос в последнее время. Сегодня существует немалое количество агентств, которые готовы предложить как комплексное выездное обслуживание, так и предоставление на прокат отдельных элементов конструкций или оборудования, необходимого для организации мероприятия на открытом воздухе.

У белорусов сложилось представление о том, что кейтеринг – это подраздел праздника. Кейтеринг самостоятельно может организовать полноценный праздник без лишних посредников, предоставив оборудование, персонал, еду, шоу-программу [1].

Выездное ресторанное обслуживание уже давно имеет сложившиеся традиции во всём мире. По популярности эта услуга часто опережает знаменитый фаст-фуд. Как правило, основное предложение на рынке формируют крупные специализированные компании, которые обладают необходимой материально-технической базой. На европейском рынке самый востребованный вид кейтеринга – организация и обслуживание корпоративных столовых. Наиболее востребованный вид

кейтеринга – выездной банкет или фуршет. Прибыль организации может в 8–10 раз превышать стоимость обычного обеда.

Материально–техническая база белорусских субъектов хозяйствования не позволяет в полной мере предложить обслуживание на высоком уровне (например, в случае с обычной доставкой горячих обедов в офис необходим специально оборудованный автомобиль). Есть варианты, которые включают также сервировку и обслуживание, что требует от кейтеринговых фирм затрат на специальное оборудование, а также наличия обученного персонала. Развитию услуги не способствует достаточно высокая стоимость обедов, доставляемых в офис.

В Беларуси праздничный кейтеринг существует по совместительству — как сопутствующий бизнес агентств, организующих различные мероприятия. Специалисты считают, что уровень подготовки и обслуживания является низким. Особенность функционирования кейтерингового агентства заключается в заключении соглашения с ресторанами. Для проведения мероприятия на высоком уровне необходима специальная материально–техническая база (мебель, шатры и тенты, посуда в ассортименте, текстиль). Поэтому организация больших банкетов – преимущественно направление работы крупных компаний, у которых есть собственное оборудование, соответствующий штат, переносные кейтеринговые площадки и залы. Техническая оснащённость становится основным фактором конкурентоспособности. Независимо от суммы заказа клиент не должен получить одноразовую посуду, невнимательного официанта или другие «неожиданности».

Для того, чтобы получить прибыль необходимо обслужить большое количество людей. Норма обслуживания для обеспечения безубыточности работы может достигать несколько тысяч человек в день у достаточно крупных предприятий кейтеринга. У ресторанов значительно больше шансов на успех в подготовке праздников. Это отличная реклама своей кухни и дополнительный плюс к имиджу компании.

Кейтеринг считается высокодоходным бизнесом с достаточно коротким сроком окупаемости вложений. В целом проблема общественного питания связана с низким качеством продукции и отсутствие базы специально обученных сотрудников.

При наличии у заказчиков средств особых проблем с доставкой горячего питания не возникает. Практика показывает, что, если предприятие готовит качественную пищу из хороших свежих продуктов, не искажая калькуляции, такая продукция рекламирует себя сама.

При очевидных достоинствах этого бизнеса, специалисты утверждают: кейтеринг в Беларуси не будет развиваться без значительных инвестиций. Ожидать их можно только с приходом крупных иностранных спонсоров, которые готовы к покупке оборудования, обучению персонала и организации крупных мероприятий. Основным направлением станет праздничный кейтеринг. Он характеризуется высоким спросом и высокой прибылью, чем в сегменте корпоративных обедов [2].

В Минске кейтеринговые услуги разного уровня предоставляют около 25 компаний, такие как: 7day catering, Elite–Catering, Арт кейтеринг и многие другие. На самом высоком уровне, на данный момент, предоставляет компания Magic Catering. В 2012 году в очередной раз компания стала лучшей кейтеринговой компанией, победив в конкурсе "Выбор года 2012" и получив event–премию "Красная морковь 2012" [3].

В 2013 году Magic Catering удостоилась звания "Самый креативный кейтеринг Минска" по результатам ежегодной Российской премии профессиональных кейтерингов "Кейтеринг года 2013".

Материально–техническая база, производственная мощность, структура логистики и человеческий ресурс службы кейтеринга позволяет обслуживать банкеты и выездные мероприятия свыше 3500 персон [4].

Осенью 2013 года в Минске открылся новый ресторан выездного обслуживания ЕврокейтЕринг. Ресторан рассчитан на требования элитных потребителей: красивые посуда, сервировка в самой разной цветовой гамме, специальное оборудование, шатры. Это новинка требовательных потребителей столицы [5].

В Беларуси оценивать рынок кейтеринговых услуг ещё рано, так как компаний, которые позиционируют себя в этом бизнесе ещё мало и ёмкость услуг трудноизмерима. И не все компании гарантируют высококлассное обслуживание. Кейтерингом пользуются не только крупные компании и фирмы. Основные потребители услуги сосредоточены в основном в Минске и Минской области.

Чтобы белорусский кейтеринг начал серьезно развиваться необходимо разработать мероприятия по проведению рекламной политики предприятий кейтеринга, которая смогла бы ознакомить и заинтересовать потенциальных клиентов (размещение контекстной или медийной информации в социальных сетях, в салоне и на бортах транспорта, размещение информации на сити–форматах, печать и раздача или рассылка листовок, рассылка по электронным ящикам и т.д.). Для большей

эффективности рекламы необходимо определить отдельные подходы к разным социальным группам клиентов и размещать рекламу в местах их наибольшей концентрации.

Список использованных источников

1. Организовать на уровне: что предлагает белорусский рынок кейтеринга // Повод.tyt.by [Электронный ресурс]. – 2000—2013. – Режим доступа: <http://povod.tut.by>. – Дата доступа 11. 10. 2013 г.
2. Федорченко, И. Ресторан на лужайке [Текст] / И. Федорченко // Рэспубліка. – 2008. – 28 мая.
3. Мэджик кейтеринг // Ресторан «Колыба» [Электронный ресурс]. – 2010—2013. – Режим доступа: <http://vsemenu.by>. – Дата доступа 26. 11. 2013 г.
4. Компания Magic Catering // Мэджик кейтеринг [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://magic-catering.by>. – Дата доступа 26. 11. 2013 г.
5. Кейтеринг по-европейски в Беларуси // Пресс-релиз [Электронный ресурс]. – 2010—2013. – Режим доступа: <http://press-release.by>. – Дата доступа 06. 12. 2013 г.